

BAB 2

SISTEM INFORMASI UNTUK KEUNGGULAN KOMPETITIF



Management Information Systems, 10th edition,
By Raymond McLeod, Jr. and George P. Schell
© 2008, Prentice Hall, Inc.



Learning Objectives:

- Be able to use the general systems model of the firm as a template for evaluating any type of organization.
- Be able to use the eight-element environmental model as a framework for understanding the environment of a business organization.
- Recognize that competitive advantage can be achieved with conceptual as well as physical resources.
- Understand Michael E. Porter's concepts of value chains/systems.
- Know the dimensions of competitive advantage.

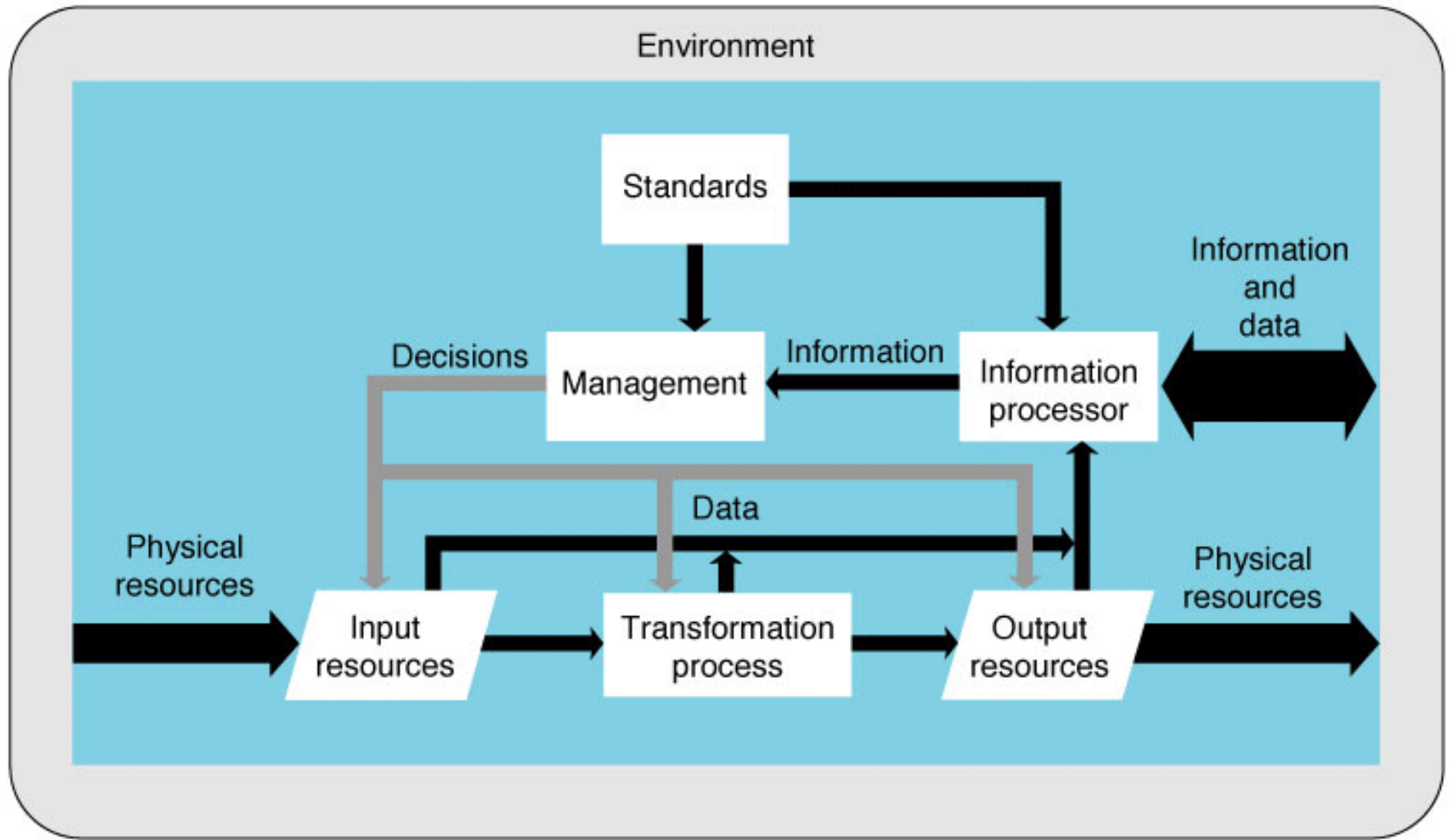
Learning Objectives (cont.):

- Become acquainted with the multinational corporation and recognize its special need for coordination.
- Know the basic types of information resources available to the firm.
- Know the dimensions of information that should be provided by an information system.
- Know how to manage information in the form of legacy systems, images, and knowledge.
- Know how a firm goes about strategic planning for the firm, its business areas, and its information resources.
- Know four basic global strategies that can be practiced by multinational corporations and understand the role of information in each.

Perusahaan dan Lingkungannya

- Bentuk fisik perusahaan adalah sistem terbuka yang berinteraksi dengan lingkungannya.
- Perusahaan mengambil sumber daya dari lingkungan, mengubahnya menjadi produk atau jasa dan mengembalikan sumber daya yg telah diubah ke lingkungan.
- Pada Figure 2.1, terlihat aliran pada perusahaan. Sumber daya fisik berada di bawah dan sumber daya konseptual di atas.

Figure 2.1 The General System Model of the Firm



Model Sistem Umum Perusahaan

- **Figure 2.1 menunjukkan 3 aliran:**
 - **Aliran Sumber Daya Fisik:** meliputi pegawai, bahan baku, mesin dan uang.
 - **Aliran Sumber Daya Konseptual:** meliputi data, informasi dan informasi dalam bentuk keputusan.
 - **Mekanisme Pengendalian Perusahaan:** Unsur-unsur yg memungkinkan perusahaan mengendalikan operasinya, meliputi: standar kinerja, manajemen perusahaan, pemroses informasi.

Figure 2.2 Eight Environmental Elements



Unsur-unsur Lingkungan yg wujud di luar perusahaan dan memiliki pengaruh baik langsung maupun tdk langsung

Table 3.1

Environmental Interfaces of the Business Areas

	FINANCE	HUMAN RESOURCES	INFORMATION SERVICES	MANUFACTURING	MARKETING
FINANCIAL COMMUNITY	X				
STOCKHOLDERS AND OWNERS	X				
CUSTOMERS	X		X		X
GLOBAL COMMUNITY		X			
LABOR UNIONS		X		X	
SUPPLIERS			X	X	
COMPETITORS					X
GOVERNMENT	X	X	X	X	X

Aliran Sumber Daya Lingkungan

- Contoh aliran sumber daya pada perusahaan ke/dari lingkungan:
 - Informasi dari pelanggan
 - Bahan baku dari pemasok
 - Uang dari pemegang saham
 - Mesin dari pemasok
 - Pegawai dari pemasok, komunitas global dan serikat pekerja
 - Pegawai dari pesaing

Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management)

- **Rantai Pasokan (supply chain)** : jalur yg memfasilitasi aliran sumber daya fisik dr pemasok kpd perusahaan dan selanjutnya kpd pelanggan
- Aktivitas pd manajemen rantai pasokan, diantaranya:
 - Meramalkan permintaan pelanggan
 - Membuat jadwal produksi
 - Menyiapkan jaringan transportasi
 - Memesan dan menerima persediaan dr pemasok
 - Mengelola persediaan (bahan mentah, barang dlm proses, barang jadi)
 - Melakukan produksi

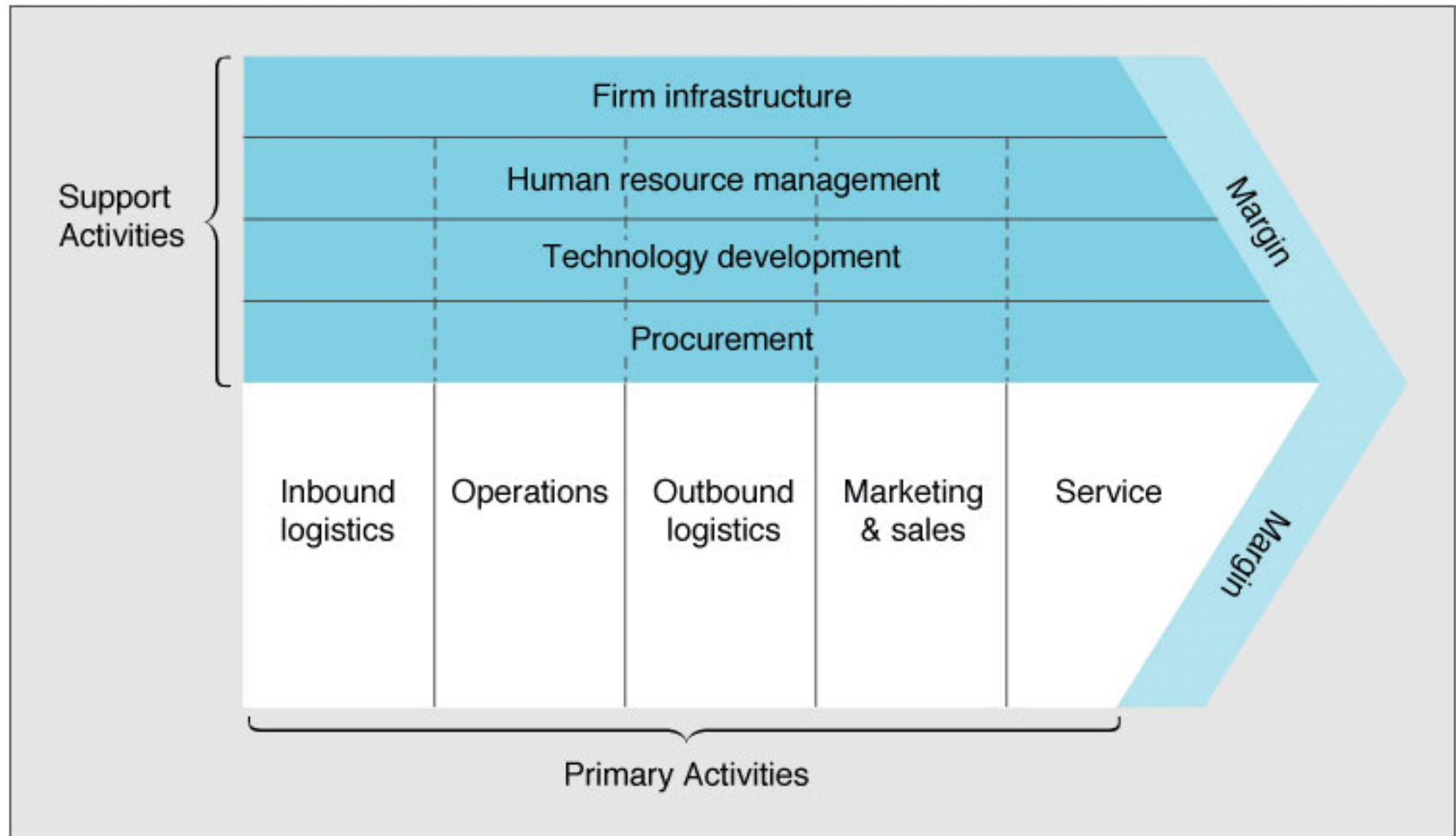
Keunggulan Kompetitif

- Manajer perusahaan menggunakan sumber daya konseptual dan fisik untuk mencapai tujuan strategis perusahaan dan unggul di atas para pesaingnya.
- Dlm bidang Sistem Informasi, keunggulan kompetitif mengacu pd **penggunaan informasi utk mendapatkan tingkat lebih baik di pasaran.**
- Profesor Harvard, Michael E. Porter menyatakan perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dgn:
 - Produk dan jasa dgn harga murah,
 - Produk dan jasa yg berkualitas, atau
 - Memenuhi kebutuhan segmen pasar tertentu

Rantai Nilai Porter

- Porter yakin bahwa perusahaan meraih keunggulan kompetitif dengan **rantai nilai** (Figure 2.3)
- **Margin** adalah tingkat selisih antara biaya produksi dan harga jual di pasar (laba bruto).
- Meningkatkan margin adalah tujuan dr rantai nilai.
- **Aktivitas nilai (value activities)** ada dua: utama dan pendukung.

Figure 2.3 A Value Chain

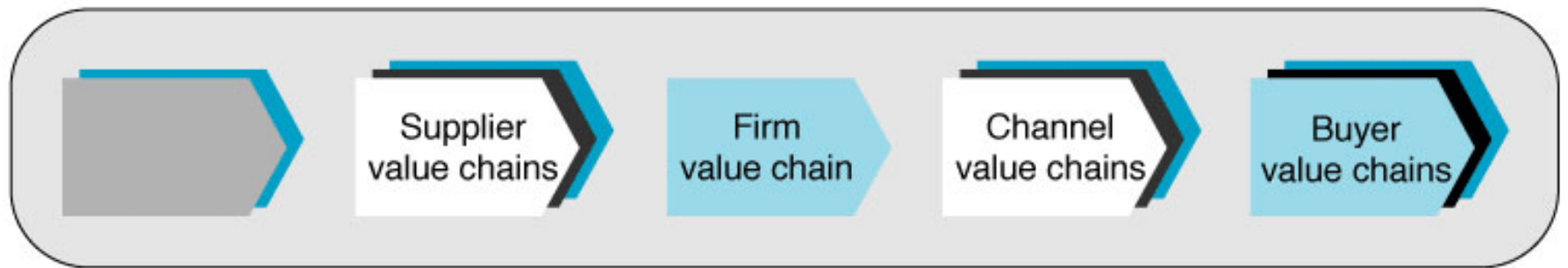


Source: Represented with permission of The Free Press, a division of "Simon & Schuster, from *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*," by Michael E. Porter, Copyright © 1985 by Michael E. Porter.

Perluasan Rantai Nilai (Figure 2.4)

- Rantai nilai dapat diperluas dengan mengaitkan dengan partisipasi pihak lain seperti pemasok dan pelanggan yang disebut **inter-organizational system (IOS)**
- Porter menyebutnya sebagai **sistem nilai (value system)**

Figure 2.4 A Value System



Source: Represented with permission of The Free Press, a division of "Simon & Schuster, from Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance," by Michael E. Porter, Copyright © 1985 by Michael E. Porter.

Dimensi Keunggulan Kompetitif

1. **Keunggulan strategis:** rencana yg digunakan utk mencapai keunggulan. Ex: basisdata berbasis web
2. **Keunggulan taktis:** metode untuk mengimplementasikan strategi dgn cara yg lebih baik dr para pesaingnya. Ex: pelanggan akses langsung ke informasi
3. **Keunggulan operasional:** keunggulan yg berhubungan dgn transaksi dan proses sehari-hari. Ex: situs web mengingat preferensi pelanggan

Sistem Informasi yg mempertimbangkan ketiga hal di atas akan meningkatkan performa perusahaan

Pasar Global

- Perusahaan multinasional (multinational corporation-MNC) adalah suatu perusahaan yg beroperasi lintas produk, pasar, negara dan budaya.
- Kebutuhan akan informasi dan koordinasi berbasis komunikasi pada MNC adalah sangat vital akibat aktivitas usahanya yg bervariasi dan lintas geografis
- Koordinasi adalah kunci utk mencapai keunggulan kompetitif di pasar global

Tantangan dlm Mengembangkan Sistem Informasi Global

- Kendala politis
- Rintangannya budaya dan komunikasi
- Masalah Teknologi
- Kurangnya dukungan dari manajemen anak perusahaan

Manajemen Pengetahuan

- Sumber daya informasi sebuah perusahaan terdiri atas:
 - Computer hardware
 - Computer software
 - Spesialis informasi
 - Pengguna
 - Fasilitas
 - Basisdata
 - Informasi
- **Manajemen pengetahuan** adalah semua aktivitas pengelolaan informasi demi mencapai keunggulan kompetitif

Dimensi Informasi

- Informasi memiliki 4 dimensi yang dapat menambah nilai dr informasi tersebut:
 - **Relevansi:** informasi memiliki relevansi jika informasi tersebut berhubungan dgn masalah yg sedang dihadapi
 - **Akurasi:** informasi bernilai jika akurat
 - **Ketepatan waktu:** informasi hendaknya tersedia utk pengambilan keputusan sebelum situasi yg genting berkembang atau peluang yg ada hilang
 - **Kelengkapan:** informasi sebaiknya tersedia dlm gambaran lengkap atas suatu masalah atau solusinya

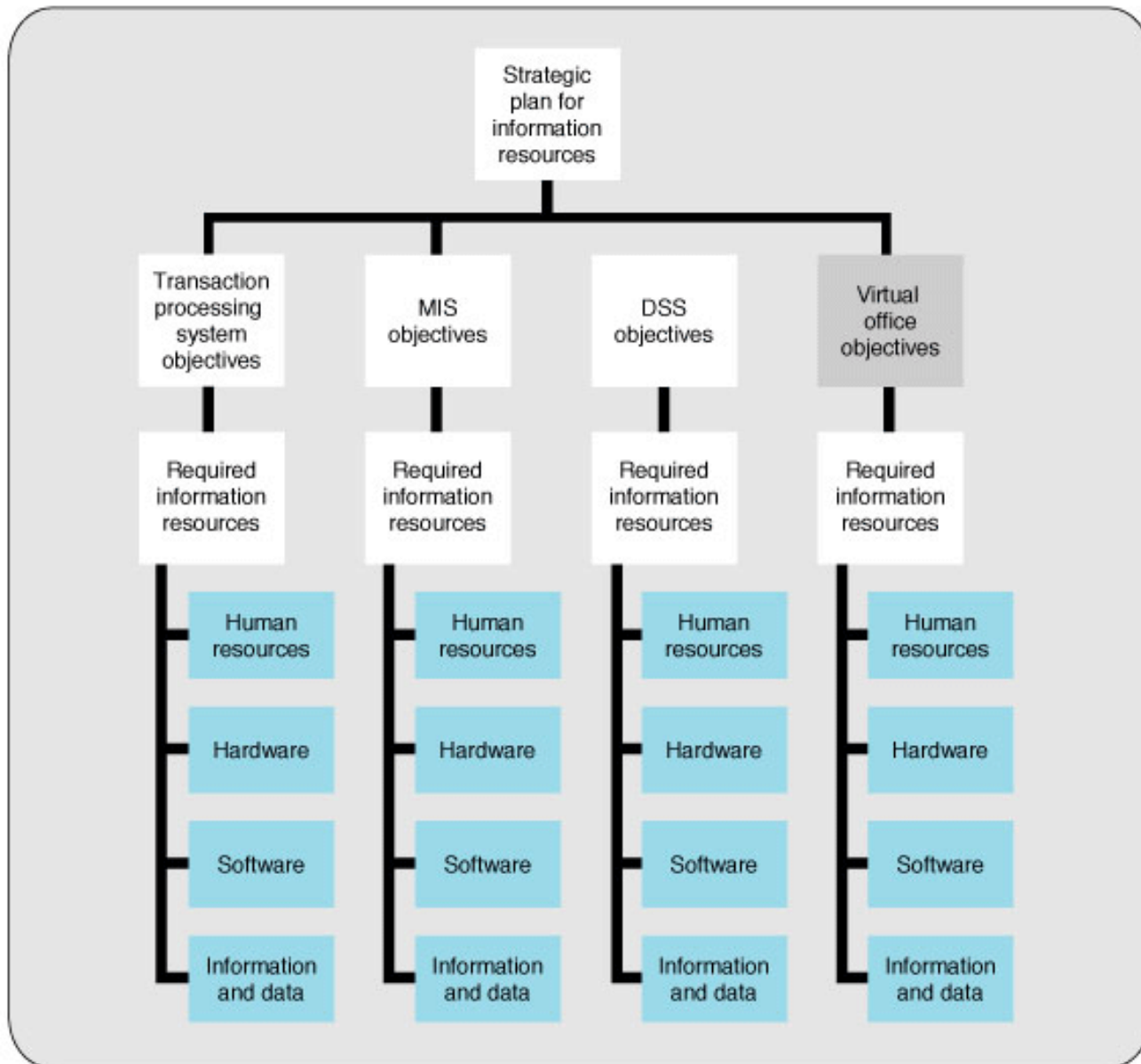
Figure 2.6 The Business Areas Should Cooperate in Developing Their Strategic Plans



Rencana Strategis untuk Sumber Daya Informasi

- **Rencana strategis untuk sumber daya informasi** adalah rencana strategis layanan informasi yang diperlukan oleh perusahaan.
- Kandungan inti rencana strategis sumber daya informasi:
 - Sasaran yg akan dicapai oleh setiap kategori sistem sepanjang periode waktu yg dicakup oleh rencana
 - Sumber daya informasi yg dibutuhkan untuk mencapai sasaran tersebut

Figure 2.8 Basic Framework of a Strategic Plan for Information Resources



Contoh Rencana Strategis Sumber Daya Informasi

Contoh RSSDI, meliputi:

- Ringkasan eksekutif
- Misi
- Sasaran
- Lingkup layanan
- Rencana kerja